

що, як наслідок сприяє регулюванню відносин виробників зі споживачами.

Основним орієнтиром у діяльності компанії можна вважати покупця, адже підприємство не може існувати та розвиватися без покупців, саме тому їх залучення та утримання є головною метою будь якого підприємства. Зазвичай покупців зацікавлюють привабливими обіцянками, які формулює та забезпечує виконання служба маркетингу. Проте зацікавленість покупця залежить не тільки від служби маркетингу, а й від інших відділів, тож всі функціональні підрозділи мають працювати злагоджено, щоб заслужити найкращу оцінку покупця, а служба маркетингу в свою чергу буде відігравати інформативну та координуючу роль в роботі всіх відділів.

Список використаних джерел:

1. Багиев Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии. / Г.Л Багиев . – Л.: Обл. правл. ВНТОЭ, 1990.
2. Герасимчук В.Г. Маркетинг: графічне моделювання. / Герасимчук В.Г. – К.: Вид-во КНЕУ, 1997.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: выбор лучшего решения. / Голубков Е.П. – М.: Экономика, 1993.
4. Голубков Е.П. Основы маркетинга. /Голубков Е.П.–М.: Финпресс, 1999.
5. Коробов М.Я. Фінанси промисловості підприємства. / Коробов М.Я. – К.: Либідь, 1995.
6. Котлер Ф. Основы маркетинга. / Котлер Ф. – М.: Росинтер, 1996.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга. / Котлер Ф.– М.: Вильямс, 2001.

ЯК ВПЛИВАЮТЬ НА ІННОВАЦІЙНУ СПРИЯТЛИВІСТЬ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Дюжєв Віктор Геннадійович

доктор економічних наук, професор кафедри організації виробництва і управління персоналом, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Бойченко Олег Ігорович

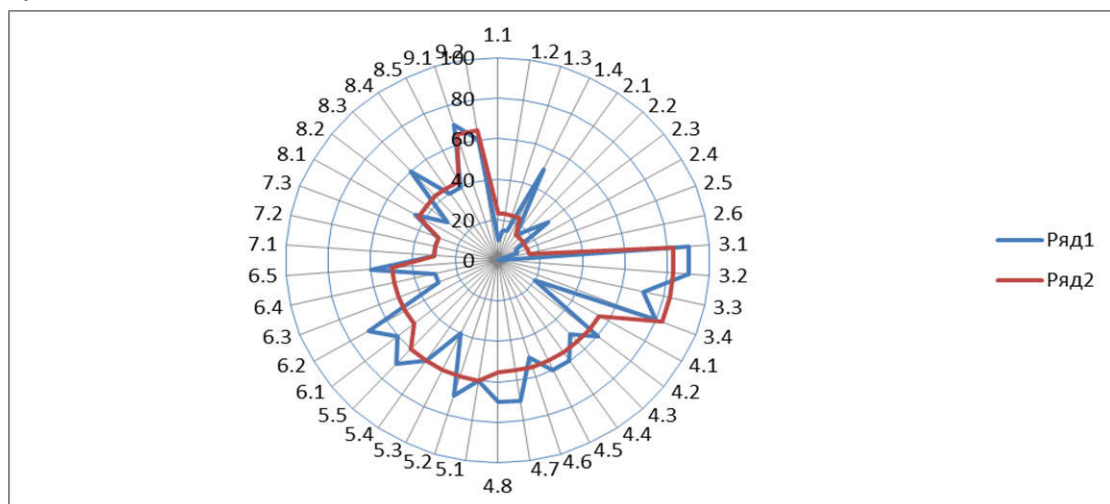
аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Розглянемо організацію і систему управління персоналом (СУП) в сфері промислової автоматики України на прикладі одного з її передових підприємств *production company* “OVEN” [1].

Для цього проаналізуємо відповідні підсистеми СУП. Аналіз проводився на основі розробленої анкети, для опитування серед провідних

фахівців підприємства (начальники виробництва (2 чол.), керівники виробничих секторів (6 чол.), начальники відділів (7 чол.), керівники комерційно-збутових осередків (8 чол.), відділів кадрів і служби персоналу (4 чол.), керівники груп (4 чол.)). Вибірка склала 31 чол.

Анкетування відбувалося: 1). на основі розсилки по локальній мережі «Бітрікс» в діалоговому режимі з отриманням зворотного зв'язку. 2). Шляхом безпосереднього опитування фахівців, що входять до різних підрозділів. 3). Skype конференція основних фахівців за профілем управління персоналу. Результати даного анкетування оброблені на основі програмного забезпечення Excel для економіко-статистичних розрахунків, з використанням графічних інструментів і, макропрограмування VBA (Visual Basic for Application). Укрупнені результати аналізу представлені на рис. 1.



Примітка: Ряд 1. Діаграма характеризує рівень реалізації функцій підсистем СУП.

Ряд 2. Узагальнена діаграма характеризує рівень реалізації підсистем СУП.

Рис 1. Пелюсткова діаграма за рівнем реалізації підсистем і функцій СУП, підприємства *production company "OVEN"*.

На основі вище викладеного аналізу можна зробити висновки про характер функціонування роботи СУП підприємства *production company "OVEN"*, яка працює на ринку промислової автоматики. У цілому можна зробити висновок, що дана СУП, не в повній мірі реалізує свої потенційні можливості (близько 50%). Це характеризується тим, що окремі підсистеми реалізуються у відносно достатньому обсязі 60-90%, а частина реалізуються недостатньо 15-40%. Результати аналізу представлені в таблиці 1.

Відповідно недоліки слід розглядати, як вузькі місця, які в тій чи іншій мірі стримують розвиток виробництва і його ефективність. Особливо слід звернути увагу на той факт, що в даний час саме персонал з

відповідним рівнем інноваційної сприйнятливості визначає в значній мірі ефективність роботи підприємства. І рівень розвитку кожної підсистеми, і функції в тій чи іншій мірі впливають на інноваційну сприйнятливість персоналу.

Список використаних джерел:

1. Дюжев В.Г., Сусліков С.В., Бойченко О.І. Вплив на інноваційну сприйнятливість характеристик системи управління персоналом. Науково-виробничий журнал «БІЗНЕС-НАВІГАТОР». Випуску 4 (43), 2017р.

ВИЗНАЧЕННЯ КОРИСНОСТІ НАУКОВОЇ ТЕХНІЧНОЇ СПІВПРАЦІ

Лісовська Лідія Степанівна

кандидат економічних наук, НУ «Львівська політехніка»

Теребух Андрій Андрійович

доктор економічних наук, НУ «Львівська політехніка»

Налагодження активної та ефективної співпраці у інноваційних процесах слід вважати запорукою розвитку національної інноваційної системи та економіки держави загалом.

У державних формах статистичної звітності таке партнерство називають співпрацею з питань інновацій - активна участь разом з іншими підприємствами або організаціями в інноваційних проектах [1]. Можливими учасниками такого партнерства можуть бути велика кількість груп зацікавлених осіб. Лише 34,4% підприємств, які впроваджували технологічні інновації, співпрацювали з іншими підприємствами та організаціями, у т.ч. університетами, науково-дослідними інститутами тощо – 14,3% [2].

При формуванні учасників інноваційного ланцюга до уваги будуть прийматися такі основні умови: очікувана корисність від партнерства; очікуваний ефект від поєднання ресурсів; реальний рівень потенціалу (ресурсів); рівень ризику. Корисність наукових розробок оцінюватимуть виконавці наукових досліджень на підставі визначення корисності або очікуваного ефекту. При цьому обидва партнери не обов'язково мають на меті безпосереднє отримання прибутку, тобто економічного ефекту. Результатом інноваційного партнерства може бути досягнення наукового і/або науково-технічного ефекту.

Науковий ефект характеризує отримання нових знань та відображає приріст інформації, призначеної для внутрішнього застосування. Науково-технічний ефект характеризує можливість використання